

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
ON THE ROCK HOTEL BY PRASANTHI
(STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @ONTHEROCKHOTEL)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



OLEH:

BERNADETH HELENA AYUNINGRUM

NIM. 431 14 013

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

2019



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

Jl. Jend. Ahmad Yani 50-52 Kupang - 85225, NTT - Indonesia

Telp. (0380) 833395 Fax: (0380) 831194

Web: <http://www.unwira.ac.id> Email: info@unwira.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada Hari ini, **Senin 15 April 2019 Jam 11.00 Wita** Telah diadakan Ujian Sarjana Program Skripsi, bagi mahasiswa :

Nama : Bernadeth Helena Ayuningrum
No. Reg. : 411 14 013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL ON THE ROCK HOTEL BY PRASANTHI (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Ontherockhotel)

Di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang terdiri dari :

- 1 Ketua : Lucy Max, S.Sos, M.I.Kom.
- 2 Sekretaris : Drs. Darus Antonius, M.Si
- 3 Penguji Materi I : Fransiska D. Setyaningsih, S.Sos, M.Si
- 4 Penguji Materi II : Yoseph Andreas Gual, MA
- 5 Penguji Materi III : Lucy Max, S.Sos, M.I.Kom.
- 6 Pembimbing I : Lucy Max, S.Sos, M.I.Kom.
- 7 Pembimbing II : Drs. Darus Antonius, M.Si

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :

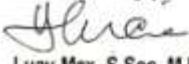
Nilai yang diperoleh dari Penguji I = 91
Penguji II = 91
Penguji III = 93
Lulus dengan Nilai = 91

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :

HARI : _____, TANGGAL : _____, JAM : _____
Hasil Ujian Ulang = _____


Drs. Marianus Kleden, M.Si

Kupang, 11 April 2019
Ketua Tim Penguji


Lucy Max, S.Sos, M.I.Kom

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bernadeth Helena Ayuningrum
Nomor Registrasi : 431 14 013
Fakultas/ Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (skripsi) dengan judul:

**"Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Melalui
Media Sosial On The Rock Hotel by Prasanthi (Studi Kasus pada Akun
Instagram @ontherockhotel)"**

Adalah benar-benar merupakan karya sendiri. Apabila kemudian hari ditemukan penyimpangan maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Kupang, 03 Juli 2019

Disahkan,



Lucy Max, S.Sos, M. I. Kom

Pembimbing I



Bernadeth Helena Ayuningrum

Mahasiswa (No. Reg.: 43114013)

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan diperthankan di depan penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Katolik Widya Mandira, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 15 April 2019

Tempat : Ruang Ujian Fisip

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Lucy Max, S. Sos, M. I. Kom

Pembimbing II



Drs. Darus Antonius, M.Si

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Drs. Marianus Kleden, M.Si

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tuhan yang menyelenggarakan”

Untuk cinta, kasih sayang, kesabaran, dan pengorbanan yang tanpa pamrih,

Bapak Agustinus Christianus Dongowea

Ibu Diah Poka Rini

Skripsi ini juga saya persembahkan kepada,

Almamater tercinta

Univeristas Katolik Widya Mandira

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kemurahan yang diberikan, peneliti mampu menjalani masa penelitian dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial On The Rock Hotel by Prasanthi (Studi Kasus pada Akun Instagram @ontherockhotel). Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Widya Mandira.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari didikan, bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti patut mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang tinggi kepada berbagai pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materiil dalam menyelesaikan skripsi ini. Ungkapan terimakasih tak terhingga atas dukungan dan bantuan peneliti haturkan khususnya kepada:

1. Rektor Univeristas Katolik Widya Mandira
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeristas Katolik Widya Mandira.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Univeristas Katolik Widya Mandira.
4. Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Katolik Widya Mandira.

5. Ibu Lucy Max, S. Sos, M. I. Kom selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar dan penuh pengorbanan mendidik, menuntun, menasehati, dan selalu memberikan kesempatan untuk peneliti menjadi seseorang yang lebih baik lagi dari awal kuliah sampai pada saat penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Darus Antonius, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu peneliti dalam penyusunan penelitian dan memberikan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Fransiska D. Setyaningsih, M. Si., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan, pemikiran-pemikiran dan saran konstruktif guna menyempurnakan skripsi ini.
8. Bapak Yoseph Andreas Gual, MA., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan, pemikiran-pemikiran dan saran konstruktif guna penyempurnaan skripsi ini.
9. Bapak Yoseph Andreas Gual, Ma., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu dengan sabar dan meluangkan waktu memberikan masukan, dorongan, serta dukungan kepada peneliti selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
10. Segenap Dosen Pengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP, Univeristas Katolik Widya Mandira yang telah memberikan ilmu pengetahuan baik teori maupun praktis yang sangat berharga selama masa perkuliahan dengan menyelesaikan skripsi ini.

11. Seluruh staff Tata Usaha FISIP Universitas Katolik Widya Mandira yang telah membantu administrasi peneliti dalam penyusunan skripsi.
12. Adik-adik tersayang Brigitha Christina Ayuningtias dan Elisabeth Dian Ayutriningsih yang menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan kuliah dan selalu memberikan doa untuk kelancaran kuliah dan penyusunan skripsi.
13. Mentor-mentor terbaik dan juga narasumber terbaik, Bapak Ilham Todoeng, Ibu Nona Salassa, Ibu Kiky Berek, Ibu Putry Kalelena, dan Bapak Peter Ga yang selalu memberikan dukungan dan meluangkan waktu untuk membantu penyusunan skripsi.
14. Para rekan kerja dan atasan, Bapak Aldi Risanto, Bapak Christian Bhasarie, Bapak Olfis Ndun, Ibu Christine Ledewara, Ibu Nita Tanamal, Bapak Anwar Lodding, Ibu Bebbby Mercy, Bapak Jefri Kolimon, Ibu Angel Amaral, Kakak Anna Gebang, Nella Balukh, dan seluruh staff Swiss-Belinn Kristal Kupang yang selalu memberikan pengertian, motivasi dan toleransi untuk peneliti menyelesaikan skripsi secepatnya.
15. Para sahabat-sahabatku tersayang Catherine Indri Hapsari, Valentina Janet Felita dan Brigitha Irwina (Sasikirana) yang dengan sabar selalu menuntut peneliti untuk menyelesaikan skripsi dan selalu menjadi tempat berbagi untuk pengalaman-pengalaman selama kuliah.
16. Kakak-kakak “#BRENGSEK” tersayang, Kakak Yelticin Namin, Kakak Apry Ressi, Kakak Roman Mbete, Kakak Jha Anin, Kakak Dimas Lay, Kakak Ano Sarmento, Kakak Ricky Yolando, Kakak Dede Aliputra, Kakak Iwan

Bernadus, Kakak Jordy Pani, Kakak Kevin Rago yang selalu ada dalam segala kondisi, memotivasi, memberi contoh untuk peneliti dalam menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi.

17. Teman-teman seperjuangan, Titin Jene, Rino Dekrismar, Simon Martins, Egan Royman, Kakak Andreas Haryanto, Dewi Donggi, Eklisiana Bureni, Naftali Gilbert Thung, Mira Natalia Pellu, dan seluruh angkatan JIKOM 2014 atas dukungan, persaingan, pengalaman yang membentuk pribadi peneliti dan memotivasi dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi.

18. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, dengan caranya sendiri telah banyak membantu penulis, jasa kalian akan selalu diingat dan sangat bermanfaat bagi peneliti menyelesaikan skripsi ini.

Atas segala kebaikan dan kemurahan hati dari semua pihak, peneliti hanya dapat berdoa kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk membalas semua budi baik yang telah kalian berikan. Akhirnya, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini bukanlah karya yang sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap saran dan kritik demi menyempurnakan tulisan ini.

Kupang, Mei 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian	10
1.5. Kerangka Pemikiran, Asumsi, Hipotesis	11
1.5.1. Kerangka Pemikiran	11
1.5.2. Asumsi	14
1.5.3. Hipotesis	14
BAB II : LANDASAN KONSEPTUAL	15
2.1. Komunikasi	15
2.1.1. Definisi Komunikasi	15
2.1.2. Unsur-unsur Komunikasi	16
2.2. Komunikasi Pemasaran	
2.2.1. Definisi Komunikasi Pemasaran	19
2.2.2. Proses Komunikasi Pemasaran	20
2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran	22

2.3.1. Definisi Strategi Komunikasi Pemasaran	22
2.3.2. Promosi Pemasaran	23
2.3.3. Konsep SOSTAC	26
2.4. Media Sosial	29
2.4.1. Definisi Media Sosial	29
2.4.2. Jenis-jenis Media Sosial	30
2.4.3. Pemasaran Media Sosial	31
2.5. Instagram	31
2.5.1. Definisi Instagram	31
2.5.2. Branding Akun Instagram	33
2.5.3. Fitur Instagram	34
2.6. Hotel	35
2.6.1. Definisi Hotel	35
2.6.2. Pemasaran Hotel	35
2.6.3. Produk Perhotelan	36
BAB III : METODE PENELITIAN	38
3.1. Metode Penelitian dan Jenis Penelitian	38
3.1.1. Metode Penelitian	38
3.1.2. Jenis Penelitian	38
3.2. Lokasi Penelitian	39
3.3. Prosedur Penelitian	39
3.4. Informan dan Alasan Pemilihan	40
3.4.1. Informan Penelitian	40
3.4.2. Alasan Pemilihan	40
3.5. Jenis Data	41
3.5.1. Data Primer	41
3.5.2. Data Sekunder	41
3.6. Definisi Konstruk dan Indikator Penelitian	41
3.6.1. Definisi Konstruk	41

3.6.2. Indikator Penelitian	42
3.7. Teknik Pengumpulan Data	43
3.8. Teknik Analisis Data	44
3.8.1. Reduksi Data	45
3.8.2. Penyajian Data	45
3.8.3. Verifikasi Data	46
3.9. Teknik Interpretasi Data	46
BAB IV: DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	49
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	49
4.1.1. Sejarah Lokasi Penelitian	49
4.1.2. Deskripsi Bidang Penelitian	55
4.1.3. Telaah Informan Penelitian	57
4.2. Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial.....	58
4.2.1. Hasil Wawancara Informan	58
4.2.2. Hasil Observasi	93
4.2.3. Hasil <i>Focus Group Discussion</i>	98
BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	106
5.1. Analisis Data Hasil Penelitian	106
5.1.1. <i>Situation</i>	107
5.1.2. <i>Objectives</i>	111
5.1.3. <i>Strategy</i>	112
5.1.4. <i>Tactics</i>	114
5.1.5. <i>Actions</i>	119
5.1.6. <i>Controlling</i>	120
5.2. Interpretasi Data Hasil Penelitian	121
5.2.1. Profile Perusahaan	122
5.2.2. SOSTAC	123
BAB VI : PENUTUP	135
6.1. Kesimpulan	135

6.2. Saran	138
------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Tampilan Akun Instagram @ontherockhotel	6
Gambar 1.2.	Tampilan Akun Instagram @ontherockhotel	7
Gambar 1.3.	Frekuensi Publikasi Postingan Akun Instagram @ontherockhotel	7
Gambar 1.4.	Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2.1.	Model Proses Komunikasi Pemasaran	21
Gambar 2.2.	Model Perencanaan Komunikasi Pemasaran	25
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi On The Rock Hotel by Prasanthi 2018	52
Gambar 4.2.	Konten Instagram yang Diunggah oleh Bapak Peter Ga	95
Gambar 4.3.	Konten Instagram yang Diunggah oleh Ibu Kiky Berek	97
Gambar 5.1.	Penggunaan <i>Caption</i> dalam Konten Akun @ontherockhotel	114
Gambar 5.2.	Penggunaan <i>Hashtag</i> dalam Konten Akun @ontherockhotel	115
Gambar 5.3.	Pemanfaatan Iklan dalam Konten Akun @ontherockhotel	116
Gambar 5.4.	Pemanfaatan Fitur Instastory dalam Konten @ontherockhotel	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Statistik Hotel Bintang di Kota Kupang	5
Tabel 2.1. Lima Kategori Media Sosial	30
Tabel 4.1. Data Informan Penelitian Kelompok Penentu Kebijakan On The Rock Hotel by Prasanthi	57
Tabel 4.2. Data Informan Penelitian Kelompok Pelaksana Kebijakan On The Rock Hotel by Prasanthi	58
Tabel 4.3. Wawancara Narasumber Ibu Nona Salassa	59
Tabel 4.4. Wawancara Narasumber Ibu Kiky Berek	68
Tabel 4.5. Wawancara Narasumber Bapak Peter Ga	74
Tabel 4.6. Wawancara narasumber Bapak Ilham Todoeng	78
Tabel 4.7. Wawancara Narasumber Ibu Putry Kalelena	84
Tabel 4.8. Frekuensi Publikasi Akun Media Sosial Instagram @ontherockhotel	92
Tabel 5.1. Fungsi dan Jenis Tagar yang Digunakan Akun Instagram @ontherockhotel	132

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MELALUI MEDIA SOSIAL ON THE ROCK HOTEL BY PRASANTHI (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Ontherockhotel). Skripsi ini ingin mengetahui tentang strategi komunikasi pemasaran media sosial yang dilakukan oleh On The Rock Hotel by Prasanthi pada media sosial instagram dengan nama akun @ontherockhotel dalam pengaplikasian konsep SOSTAC. Peneliti menemukan persepsi awal yakni On The Rock Hotel by Prasanthi menggunakan media sosial instagram sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran.

Konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi secara umum dan konsep komunikasi pemasaran serta strategi yang digunakan dalam komunikasi pemasaran. Konsep lain yang digunakan adalah media sosial, instagram, dan hotel. Penelitian dilakukan di *sales and marketing department*, On The Rock Hotel by Prasanthi dengan mewawancarai lima narasumber. Penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan *focus group discussion*. Analisis yang dilakukan oleh peneliti menggunakan indikator dimensi-dimensi SOSTAC yakni *Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Controlling*.

Setelah melakukan analisis, penelitian dilanjutkan dengan menginterpretasi hasil analisis dengan konsep SOSTAC yang digunakan dalam penelitian ini. Dimensi *Situation* yang dialami oleh On The Rock Hotel by Prasanthi adalah On The Rock Hotel by Prasanthi bersaing dengan hotel lainnya dalam membentuk citra hotel dan meningkatkan penghasilan melalui media sosial instagram. Dimensi *Objectives* yang ditetapkan adalah mensejahterakan masyarakat dan menghadirkan keramahan khas Nusa Tenggara Timur dalam pelayanan perhotelannya. Dimensi *Strategy* yang digunakan adalah dengan mengelola instagram dan vitur-vitur yang ada di instagram untuk tujuan yang telah ditetapkan. Dimensi *Tactics* yang digunakan adalah dengan menggunakan *caption, hashtag, instastory* dan *advertising*. Dimensi *Action* yang dilakukan adalah dengan penunjukan *sales and marketing department* sebagai tim pelaksananya. Dimensi *Controlling* dilakukan dengan membuat laporan setiap bulan.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram yang dilakukan oleh On The Rock Hotel by Prasanthi merupakan upaya untuk membentuk *image* di media sosial sebagai hotel yang memiliki kearifan lokal budaya NTT dan nyaman untuk dijadikan tempat bermalam namun kurang optimal dalam aksi karena tidak adanya kontrol dan konsistensi waktu publikasi. Peneliti memberikan saran yakni, dibuatnya kesepakatan waktu dan jumlah dalam mempublikasikan konten serta menjadikan instagram sebagai sarana penjualan dua arah dengan menciptakan promo atau transaksi istimewa yang dilakukan melalui instagram.